

# 发现成本与创业机会

陈 桦<sup>1</sup>, 张耀辉<sup>2</sup>

(1.西安交通大学 经济与金融学院, 陕西 西安 710061; 2.暨南大学 珠海学院, 广东 珠海 518054)

**摘 要:** 节约成本是创造财富的根本原因, 斯密的分工创造财富的原理仅是节约成本的方式。通过对发现成本、内化成本及创业之间的关系进行分析, 提出: 创业是发现成本、节约成本最重要的形式; 创业企业有不断发现成本、节约成本的机会; 在发现成本、节约成本的过程中能挖掘更多的创业机会。

**关键词:** 发现成本; 节约成本; 创业机会

中图分类号: F270

文献标识码: A

文章编号: 1001-7348(2006)09-0037-03

## 0 前言

是什么促进了经济增长? 以亚当·斯密为代表的古典经济学一直认为, 劳动分工是经济发展和增长的原动力。他发现分工可以创造财富, 分工促进了专业化、资本化, 人类为了追求分工而不得不依赖于市场, 导致了交易的出现和利益主体的分离, 并认为由于劳动分工带来的劳动生产率的提高是增加国民财富的一个重要途径。“劳动生产力上最大的增进, 以及运用劳动时所表现的更大的熟练、技巧和判断力, 似乎都是分工的结果<sup>[1]</sup>。”

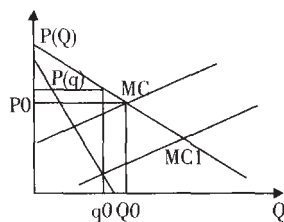
然而, 除了分工可以降低成本, 人类还发现了很多节约成本的方法, 分工只是这些方法当中非常重要的方法之一。除了分工可以节约资源耗费, 各种要素间重新组合、规模、信息沟通、内部组织化、集群、全球化采购、契约管理等都是节约成本的方法, 这些重要的方法为企业广泛接受, 发现成本形成了一浪一浪的社会财富增长浪潮。

## 1 节约成本与企业利益动力

企业间的竞争可以促使企业发现成本。厂商理论指出, 在充分竞争的市场上, 每个

能够生存下来的企业都应该达到其它企业所达到的成本水平, 那些没有达到这一成本水平的企业将会因为成本过高而导致亏损并退出市场, 所有的要素为了企业生存必须努力使企业成本与其它企业相同。这隐含着只要与其它企业成本相同, 企业就不会有降低成本的动力, 同时也意味着, 如果企业有了成本优势, 则它会迫不及待地降低价格, 推动其它企业降低成本。

假设企业降低成本的方法能够保密, 一个企业降低成本并不为其它企业所掌握, 这时的结果与完全竞争厂商理论预测的情况会不一致, 但企业同样会有成本降低的动力。由于市场存在着充分竞争, 因此, 企业无法决定市场价格, 价格(P)由市场外生给定。在均衡的市场上, 企业可以在市场分得一定的市场份额(S); 市场价格与其它企业的边际成本(MC)相等, 但发现节约成本方法的企业有自己的边际成本  $MCI(Q)$ , 该成本曲线应低于市场上其它企业的边际成本曲线, 由分得的市场份额决定的企业边际收益曲线与边际成本曲线相交决定了企业可以得到一个大于零的利润, 也就是企业可以接受市场外生给定的价格, 这个价格与自己估计的最大利润价格更加接近, 如附图所示。



附图 发现节约成本方法的企业可以接受的价格

除非企业预计降低价格得到的顾客所增加的利润大于由市场份额分得的顾客与扩大单位利润带来利润增加, 否则企业不会选择降低价格, 而会以低成本保持在原来价格水平。企业这样做也可能有策略性目的, 降低价格的公开挑战可能引起的是企业价格竞争, 企业节约成本的方法会迅速在市場上传播, 企业成本优势会消失。因此, 企业宁可保持在原来市场份额上接近最大利润, 也不愿意扩大市场, 形成一种竞争局面。

这就是说, 完全竞争的厂商理论所预测的厂商降低价格的竞争行为是有前提的, 企业完全可能利用自己的低成本优势来维持利润, 而不会让其它企业成为分割自己利润的竞争对手。所以在充分竞争下, 企业也可能存在利润, 其前提是企业未必一定会走向价格竞争, 而会设法寻找维持自己最大利润

收稿日期: 2006-05-15

基金项目: 国家社会科学基金项目(04BJY031); 国务院侨办人文社科研究基金项目(04GQBYB005)

作者简介: 陈桦(1975-), 女, 陕西西安人, 西安交通大学经济与金融学院产业经济学专业博士研究生; 张耀辉(1961-), 男, 辽宁阜新人, 教授、经济学博士, 研究方向为产业经济学。

的条件,降低成本的动力在于它可以实现这一目标。

## 2 发现成本与内化成本

经济人的假设表明人是追求利益最大化的,因此,可以认为每个企业都存在着外化成本的倾向,除非是企业迫不得已,否则不会人为增加成本。这只能是以企业已经明确产品概念和服务范围为前提,如果企业不能首先界定自己的产品或者服务范围,那么企业的成本也无法明确。也就是说,企业不仅存在着外化成本的倾向,也存在着内化成本的倾向,这要看企业如何界定产品范围以及通过这种界定给企业带来利益的变化。

现实上很多企业并没有大量地内化成本,而是将成本尽量地外化,只要有可能就要求顾客支付。似乎从理论上这一现象已经得到解释,因为企业是求利的,降低成本只是企业获取利润的一种方式。但降低成本可以有两种方法,一种方法将成本尽量地外化,让外部支付成本,最典型的是社会成本,即将企业支出转变成公共性支出,由社会承担,污染排放最为直观;另一种方法是利用企业组织,实现成本节约。显然,如果企业已经确知存在着某种成本,并且预测自己无法利用企业组织方式实现成本节约、并获取利益,或者由于顾客承担成本的公共性与价格竞争压力,它就可能会选择外化成本。

首先,由顾客支付的成本具有隐蔽性、分散性和事后支付的性质,有可能导致顾客对成本的忽视。例如,搜索成本一定由顾客支付,搜索本身有时会隐含着选择、观赏、比较等意义,顾客有可能并不把搜索作为成本对待,相反,可能是一种收益。为了区别顾客中谁将搜索作为成本、谁将搜索作为收益,需要企业支付很多精力,甚至这种鉴别根本无法实现。这无疑给确定支付成本带来困难。顾客支付成本往往发生在购买一定时期以后,从成本的时期上看,存在着成本与产品联系起来的困难,企业借此推卸责任,并造成事后的交易成本,顾客考虑这些因素会自己支付成本。这些原因使企业有可能逃脱支付成本的责任。

其次,企业规模限制。规模是使用专业化降低成本的前提,规模化会促进专业化,当企业经营规模不足时,低的专业化程度会阻碍衍生产品(服务)成本的降低,进一步会阻碍服务价格下降,这时,企业往往难以预

测到扩大产品概念会增加利润的前景。然而事实上,衍生性服务往往具有营销策略的含义,如果企业肯于让利,则会进入大规模—衍生产品(服务)生产专业化—成本下降—价格下降—利润增长的循环。但由于进入这一循环具有一定的风险,阻止了企业采取这种策略。

企业为市场提供产品并为市场所接受的原因是发现成本与找到降低成本的方法。市场规模的扩大和产品丰富会内生出很多新的成本。最直接的是市场空间范围的扩大会增加运输成本,但隐藏更深的成本是搜索成本,它的形成一方面是因为搜索空间的扩大,另一方面是因为搜索对象的数量增加,需要鉴别的合作者也在增加。搜索成本也同样会出现在不断扩大的商业服务企业之中,商品数量的增加,使在商场之中选择的时间增长。为了节约搜索成本,一系列方法被刺激出来,缩小商场规模的专卖店,为顾客减少搜索时间的柜台摆放与调整,信息技术的应用以及专门从事信息沟通的企业。这些成本在市场规模没有达到一定程度时并不为人们所注意,但当市场规模扩大到一定程度以后,它们就要成为搜索者(需求者)必须支付的成本。能够发现这一内生出来的成本,并能够通过专业化技术将其节约,这成为企业生存的理由。一旦有谁发现了成本,并能够将这种成本对应的效用产品化,并且拥有比原来非企业方式生产的更低成本,这个企业就可以存在并获得利润。由此,我们也可以把企业定义为是发现成本并节约成本的结果。

## 3 发现成本与创业

创业是发现机会、利用机会并将机会转化为商业活动的过程。广义的创业过程通常包括一项有市场价值的商业机会从最初的构思到形成新创企业,以及新创企业的成长管理过程<sup>[2]</sup>。Shane和Venkataraman认为,机会才是创业研究的中心问题,创业过程是围绕着机会的识别、开发、利用的一系列过程<sup>[3]</sup>。

完全竞争的市场结构几乎没有为新的企业提供机会,如果说存在着机会,也只是由于需求扩张需要新的企业加入。市场规模的扩张却为所有企业的服务对象带来了新的成本,这将成为新型企业形成的机会。

一批对潜在新型企业的的需求具有深刻认识力的技术开发者,在意识到网络技术的

突破可以为试图降低搜索成本的很多企业提供技术支持,网络技术首先出现,接着应用网络技术迅速发展出一批新型企业,使信息搜索技术、门户技术得以形成和推广并产生了一批重要企业。当成本普遍性存在,会诱导技术探索者在节约成本的方向上发展技术,会形成多种不同技术的探索格局,直到技术开发者和创业者将这一技术与节约成本联系起来,为满足市场节约成本的需要,便为进一步开发技术开拓出道路,使技术沿着这一路径得到发展。而一旦技术开发和应用得到普及,就具备了创业者可以利用的技术基础,在此技术基础上,可以产生专门为节约成本而深入开发的技术和应用这一技术的企业。

我们可以把创业理解成是一系列发现成本并降低成本的过程。成本的隐蔽性使已经正常运行的企业存在着发现成本的障碍,求利动机形成的自然的成本外化倾向使企业不愿意为顾客支付这一成本,如果价格固定,或者存在着价格竞争压力,企业无法延伸产品概念、提高价格,企业就难以形成发现成本的动力。资产专用性也会给正常运行企业制造扩展产品概念带来困难。创业企业不存在价格既定的障碍,也没有专用性资产的限制,所以,创业企业经常是社会节约成本产品的提供者,同时,创业企业唯有利用机会才能得到发展,它们是发现成本的最重要的动力来源。如果正常运行企业能够突破发现成本的障碍并创造出节约成本的办法,企业就得到了新生,实现了二次创业。如果企业能够不断发现成本并用产业的方法将更节约成本的产品提供给市场,这个企业将是一个持续创业的企业,往往最具有生命力。丰田汽车公司发现可以用协作的方法节约库存成本,制定了零库存成本目标。丰田并不是首先发现库存成本的,但却是首先发现库存成本可以节约的,在实现了库存成本大量节约以后,丰田具有前所未有的行业竞争力。这一技术的应用虽然没有诱发出新的企业,但却等于重新造就了一个新丰田。

从完全竞争市场出发,市场几乎没有给创业者留下机会。但是,如果能够发现成本并找到巧妙地降低成本的方法,就可以重新组合要素,将破产、倒闭的企业还原为市场的要素重新组合起来,即使不存在市场扩张,用更低的成本满足已有的市场需求,它

也具有生存竞争力,甚至可以获得利润。当创业者发现了机会或者发现了节约顾客成本的方法,都可以成为扩大市场的重要影响因素<sup>[4]</sup>。如果创业者发现市场中现存的新的顾客成本,并能够运用内化成本的方法满足顾客节约成本的愿望,就可以将原来的产品加以延伸,形成扩大原来市场产品概念的起点。

经常会出现大量顾客承担成本但却十分分散,它虽然是由消费产生的,但却无法由一个企业将其集中,或者一个企业集中内化这一成本并不经济,这时就会促进新的企业出现。这样的企业不仅是创业企业,还可能是新产业发展的种子。例如,等待是客户的一种成本,为了节约这一成本,要求建立企业之间快速的物流沟通,并演变为竞争的重要要求,然而,受到规模的限制,不可能每个企业都具备快速物流沟通能力,这时就要催生一类新的企业,它将分散的快速物流沟通的要求集中起来,利用规模经济降低成本,形成了所谓“第三方物流”产业。

从这个意义上说,创业是实现创新的过程,而创新是创业的本质和手段<sup>[5]</sup>。创业并非仅是将技术引入市场,而是用企业的方式满足机会性的需求,用内化成本的方法为顾客节约成本,只要看到存在着顾客成本,他们就有节约成本的要求,从而为创业企业提供机会。而创新则是将一种技术应用于市场,让市场接受,它可以是新的企业方式,也可以不是。新的技术往往对企业节约成本有重要意义,如果创业企业能够运用新的技术,则不仅可以为顾客节约成本,还可以建立技术壁垒。

利用内化成本获取利润需要承担经营风险,虽然它可能为企业带来利益,但也会因为不确定性而让企业承担风险。但创业企业所使用的技术并不存在完全不成熟现象,几乎所有的不确定性仅来自于产品概念创立与内化成本所产生的节约是否为市场所承认。因此,多数创业企业不必承担技术投入风险,而只是承担传统意义上的资本投入风险。正如熊彼特所说,即使创业者在企业中投入了一定的资金,“那他也只是以资本家或者商品拥有者的身份,而不是以创业者的身份,来承担风险<sup>[6]</sup>。”

如果创业企业所选择的产品概念与价格能够满足一部分顾客节约成本的愿望,在内部规模经济和外部规模经济的作用下,这些敢于内化成本的企业往往因为首先发现了成本,并想出了识别成本和降低成本的办法,会首先得到市场的肯定,进入规模与专业化衍生产品(服务)生产的良性循环,使企业与产业均得到扩张。相反,如果创业企业选择的产品形式与价格不能让市场具有足够的规模,创业企业可能会因此而不能达到节约成本的要求,创业企业就可能走向恶性循环。这是创业企业产生经营风险的本质。

Amar V.Bhide(2000)指出:创业者通过个人努力将自己的产品或服务差异化的能力是他们所研究的许多《有限公司》上榜企业之所以能够盈利的一个重要原因<sup>[7]</sup>。成功的创业企业,他们或者巧妙地开发为顾客节约成本的产品或服务,或者恰好在投入时达到了足够的市场需求密度,使原来不能节约成本的产品可以在外部规模经济的作用下,或者在内部规模经济的作用下实现经营成功。

前者需要一定的创新能力,后者则是仅仅与时机和企业财务能力有关。

#### 4 结语

企业具有发现成本的责任。随着经济规模扩大,总会出现人们意识不到,但却存在的成本,它并不由企业所承担,而是分散地隐蔽在顾客身上。追求利润的动力诱导企业外化这些成本,而有着创业意识的企业则会内化这些成本,运用企业方式将这些成本进行节约,以产品形式提供给市场,这种活动称为创业。新办企业最具创业条件,应该是发现成本的最大推动者和获益者。或者说,从发现成本入手进行创业,可以为创业者开拓出道路,也会为新的产业形成带来种子。

参考文献:

- [1] 亚当·斯密.国民财富的性质和原因的研究[M].北京:商务印书馆,1997.
- [2] 林嵩,张炜,邱琼.创业过程的研究评述及发展动向[J].南开管理评论,2004,(3):47.
- [3] Shane,S.Venkataraman,S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research[J]. Academy of Management Review,2000,25,(1):217-226.
- [4] 张耀辉.创业的经济性质——框架分析与设计[J].产业经济与创业,2004,(12).
- [5] 林强,姜彦福,张健.创业理论及其架构分析[J].经济研究,2001,(9):87.
- [6] 熊彼特.经济发展理论[M].北京:商务印书馆,1990.
- [7] Amar V.Bhide.新企业的起源与演进[M].北京:中国人民大学出版社,2004.

(责任编辑:赵贤瑶)

## Discovery Cost and the Opportunity of Entrepreneurship

Abstract: It is saving cost that creates the wealth ultimately. Smith's principle that division of labor creates wealth is only one way to save cost. Through analyzing the relationships among the discovery cost, the internalized cost and entrepreneurship, this paper proposes that entrepreneurship is the most important form to discover cost and save cost, the new business venture has opportunity to discover cost and save cost continuously, and the more opportunities of entrepreneurship will be found in the course of discovering cost and saving cost.

Key words: discovery cost; save cost; opportunity of entrepreneurship